

■聚焦“银发经济”

银发时代,如何让长者食堂持续“飘香”

公益化+市场化,不少经营者开始探索服务升级、模式创新之路

文/片 大众新闻客户端记者
戴岳 张珈玮 王雅洁

长者食堂背后 有笔“经济账”

每天上午11点,济南市市中区十六里河街道铁路南苑社区,暖阳时光长者食堂就有老人前来就餐。“这里90%以上居民为济铁职工及家属,退休职工较多。暖阳时光长者食堂是社区联合山东中铁文旅发展集团和蓝海集团联手打造的,目的就是为社区老人提供更好的用餐服务。”食堂负责人秦文保告诉记者。

近年来,济南市全面推广建设“助餐工程”,精准补助老年人群,探索打造了覆盖城乡、全员推进、“普惠+优待”长者助餐服务模式。目前,已建成城市社区助餐场所550处,农村助餐站点2040处,实现了镇街全覆盖。

不过,记者在调查中发现,长者食堂运营压力大,是一个绕不过去的“坎”。在各地如火如荼开设长者食堂的背后,有本“经济账”要算清楚。

作为一项民生工程,长者食堂公益属性突出。大部分长者食堂由政府牵头,在给予一定补贴下进行市场化运作。现实情况是,一些完全市场化运作的长者食堂,企业运营情况并不乐观。

“每月房屋租金5万元,水电煤气费5万元,再加上人工成本,一个月运营支出要18万元,这还不算食材等其他成本。我曾计算过,每天营业额在1.6万元左右,才能维持平衡。”济南一家长者食堂负责人对记者坦言,“现在每天营业额在6000元左右,亏损是必然的。如何在保证公益的基础上,做到微利,是我们一直在探索的。”

市中区泺源街道科技街社区60岁以上老年人达1600余人,占社区总人口的60%,助餐需求非常旺盛。泺源街道民生保障服务中心副主任杜瑞雪介绍,2019年社区改造之初,考虑到街道居民老龄化严重,将养老设施和办公设施同步建设,在养老方面提供了场地的基础设施。在多方考察后,将科技街社区长者食堂交给山东右典健康产业有限公司(下称“右典健康”)独立运营。

与部分长者食堂需要运营商承担房租不同,科技街社区长者食堂房屋由社区提供,省去了租金的费用。右典健康运营总监周海杰算了一笔账,“一份午餐10元,一荤两素一主食一粥,光成本就9块7毛8,只剩2毛2的毛利。”

“我从成立食堂开始,每周一到周五都到这里来吃饭。80岁以上每人每天8元钱,餐食丰富干净味道好,服务人员热心周到,还有周围老朋友聊天,真心为食堂点赞!”85岁的铁一中退休教师徐克琳说。

“周边老年人对长者食堂的认可度很高,现在每天出餐量能达到200人左右。”杜瑞雪介绍。

作为一项民生工程,长者食堂确实叫好又叫座,但如何在“公益化+市场化”中寻找到良性发展的路径?这是所有长者食堂运营方不得不面对的问题。

山东省民政厅党组书记、厅长庄严表示,在助老食堂建设上,可以政府补一点,企业让一点,社会捐一点,子女缴一点,通过资源募集方式,有效解决当前的困境。

北京看懂经济研究院研究员郭宇轩认为,虽然“银发经济”前景广阔,但盈利能力明显不足,且需要承担较高的社会责任。如何有效解决资本市场对于养老行业的盈利顾虑,让他们敢于投资和布局非常关键。



“提到老年人的需求点,我最先想到的是吃怎么解决。”作为刚刚退休的“新银发”人,61岁退休干部马云霞告诉记者,“退休老两口在家做一顿得吃一天,我特别关心身边的‘长者食堂’什么时候能建好。”

马云霞的“心愿”,在山东多地早已成为现实。



泰安高新区颐养中心员工正在送餐。

“适老化”服务 探索升级创新之路

一手牵着企业经营,一手牵着民生建设,这是很多养老公司目前的现状。

中国宏观经济研究院社会发展研究所副研究员潘华认为,目前长者食堂的发展,面临市场化运营程度不高、过于依赖政府补贴、布点分散难以产生规模效益等问题。因此,为实现可持续发展,需要将“公益化+市场化”,作为长者食堂的发展导向。

当前,已有不少长者食堂开始探索服务升级、模式创新之路。

周海杰表示,企业已经往连锁经营上下功夫,比如长者食堂部分可以建成像超意兴那种连锁餐饮,增加菜品种类,让更多消费群体加入,为长者食堂注入新能量。此外,他们还利用科技街中央厨房,同时为附近其他五处社区日间照料中心助餐点提供配餐,通过给其他社区配餐或者提供居家配餐上门,扩大助餐人群,减轻经营压力。

无独有偶,山东健康集团医养板块旗下泰安高新区颐养中心,也为社区老

人提供送餐服务。

“2023年2月16日,我们送出第一份餐食,并增加助医、助洁、助浴、助行、助急、居家六助服务,截至2023年12月8日,已完成上门居家服务100余户,居家服务和六助服务2000余人次。”泰安高新区颐养中心负责人高庆亮告诉记者。

记者从省民政厅了解到,目前大部分居家社区养老服务企业(组织)服务的重点,主要是以助洁、维修等为主的家政服务,以文体活动、心理关爱为主的精神慰藉服务,以及助餐配餐和陪同就医等生活服务。

进入“银发时代”,对养老服务提出了更多要求。面对老年助餐服务中存在的企业运营成本高等共性难题,潘华表示,可以不断拓宽市场容量,夯实长者食堂运营的资金保障,还要完善餐饮服务企业、养老机构、市民服务中心等不同主体之间的联动机制。

“我们一直在发展生活性为老服务业上探索,如何同老人的需求相适配。老人除了助餐这一刚性需求外,还有包括理疗在内的需求。我们就在科技街社区北侧建设了康复理疗中心,推出比市场价略低的68元/小时的推拿理疗项目、9.9元的中药泡脚项目,还挺受社区老人欢迎,也有不少周边年轻人前来尝试。”周海杰对记者说,我们还依托社区养老服务设施,为老年人提供就近就便消费服务,提供生活用品代购、代收代缴、健康管理、医疗护理、精神慰藉等服务。“目前,右典健康在省内连锁运营了52个社区居家、机构等养老服务项目,年服务29000余名老人。”

记者了解到,还有养老机构有更为大胆的尝试。泰安高新区颐养中心最早是社区售楼处,后由山东健康物业集团改造成日间照料中心,为周边老人提供基本照料服务以及活动场所。

在了解到老人们的就近养老需求后,山东健康集团内部协同,由山东健康医养集团旗下运营服务平台入驻,与山东健康物业集团华新物业联合开展“物业+养老”合作服务新探索。

高庆亮对记者说:“现在,中心规划了72张养老床位,今年3月开始接收第一位老人,目前这里已接收27位老人,为他们提供24小时医养结合专业照护。”

“泰安高新区颐养中心,是社区嵌入式养老服务前台的一次成功尝试。经过一系列适老化改造和护理床位拓展以及配套服务建设,将居家服务、社区服务、机构养老进行有效链接,形成闭环一站式服务。”山东健康医养集团党委委员、副总经理陈峰表示,老旧社区老龄化人口密集,居家养老、就近养老市场需求旺盛,嵌入式养老服务模式,规模小、易复制,前景广阔。

第七次全国人口普查数据显示,我国60岁及以上人口占18.7%,超过2.6亿人;65岁及以上人口占13.5%,近两亿人。从人口数量上看,山东、江苏等人口大省,65岁及以上老人超千万。

《中国老龄产业发展报告》预测,到2050年,中国60岁以上老年人口的消费潜力,将增长至106万亿元左右,占GDP的比例将增长至33%,中国会成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。

北京大学新结构经济学研究院院长林毅夫表示,“中国现在已经有全世界20%以上的老龄人口,而且未来可能会增加,对银发经济有相当高的市场需求。”

一直做养老服务的周海杰深刻感受到,每年老年人的消费需求都在急速变化。“之前老年人服务需求比较少,都想把钱攒给晚辈。现在刚刚退休的‘活力老人’,不仅有购买能力和服务需求,也舍得为自己花钱。”

周海杰口中的“活力老人”,是指60岁到70岁的老人,我国2.6亿老人中,60岁到70岁的老人占一半以上。《中国老龄产业发展报告(2021-2022)》指出,2021-2035年,我国老龄产业在多个方面产生重大需求,例如,适老化产品、康复辅具、适老化改造、适老化环境与服务等;到2036—2050年,随着“70后”“80后”群体逐渐步入老年阶段,我国老龄产业需求,将在消费模式、需求层次、需求内容等方面发生变化。

从各方数据来看,银发消费正在崛起,活力加速迸发。据京东消费及产业发展研究院发布的数据,2023年上半年,线上适老商品的数量,超过2019年同期的2.1倍。

携程发布的《银发族出游趋势洞察》显示,近年来,以“50后”“60后”为突出代表的老年群体,显示出了强劲的消费需求。特别是2023年以来,老年人出境游的订单明显增加,2023年1到8月份,老年群体出境游订单同比增长超过七倍。

从资本角度看,越来越多企业投身养老产业。天眼查数据显示,今年以来,养老产业相关企业共有10起投融资事件,总投资金额破亿元。北京大学人口所所长陈功表示,银发经济参与主体,既有央企、国企,更有外资、民资等社会资本,主体众多、形式多样。中老年功能性食品、智能康复辅助器具、老年护理产品等细分市场,正在逐步形成。

此外,越来越多老年人关注个人精神层面的成长。“与老龄化人口形势相对应的,是近年来日益凸显的老年大学‘供求矛盾’问题。”国家开放大学原党委书记、校长荆德刚曾坦言,多数老年大学学习资源不足、名额有限,“一座难求”现象并不鲜见。

“‘活力老人’乐于参加老年大学,还有社区组织的团体舞蹈、乐器培训活动。我们要抓住这些消费需求,这样企业也可以长久走下去。”周海杰表示,大力发展“银发经济”,就要积极培育老年消费新业态、新模式,实现养老服务与教育、医疗、健康、文旅等产业协同发展。在快速变化、充满机遇的银发市场中,企业更要有敏锐的洞察力,只有深度理解和挖掘老年消费者的需求,企业才能在银发市场中获得竞争优势。

记者调查发现,目前“银发经济”尚处“蓝海”,一边是老年人日渐旺盛的消费需求,一边是企业不断探索与需求适配的产业服务,一个规模或达万亿级的市场正方兴未艾。如何有效解决资本市场对于养老行业的顾虑,让他们敢于投资和布局,变得非常关键。

银发消费崛起 市场活力加速迸发